

JOSEP SOLÀ, PRESIDENTE DE FECIC

“Los pilares de mi mandato son la ética, la colaboración a nivel interno del sector cárnico, y también transversal al panorama alimentario, y la sostenibilidad”



Nina Jareño

El delegado de relaciones institucionales de Espuña S.A., empresa en la que ha desarrollado toda su carrera profesional a lo largo de más de 50 años, es desde julio de 2022 el nuevo presidente de la Federación Empresarial de Carnes e Industrias Cárnicas (Fecic). El mandato de Josep Solà tendrá una duración de 2 años y un carácter continuista con el legado de Joan Costa, expresidente y nuevo vicepresidente de la Federación.

Lleva toda su carrera trabajando en el sector cárnico, concretamente en Espuña, pero siempre ha estado relacionado con la Fecic. ¿Cuáles son sus objetivos como presidente?

Tal y como he comunicado a todos los socios de Fecic, dentro del marco de actuación tengo claros 3 objetivos:

- Continuar con el trabajo muy bien hecho impulsado por Joan Costa, actual vicepresidente de Fecic, quien ha sido presidente los últimos 6 años. Esto incluye, por un lado, cultivar una muy buena relación con los principales

actores del sector para crear condiciones favorables para el desarrollo sostenible del sector cárnico y, por otro lado, potenciar el asesoramiento a nivel internacional tan valorado por las empresas.

- Acompañar a la Dirección de Fecic para tangibilizar el plan de acción ideado para potenciar la sostenibilidad, la innovación y la competitividad del sector ante el nuevo escenario cárnico, tanto a nivel de mercado como de consumo.
- Hacer una monitorización minuciosa de la evolución de la Peste Porcina Africana (PPA) y su impacto.

¿Y cuáles serán los pilares fundamentales de su mandato?

Los pilares de mi mandato son principalmente 3: la ética, la colaboración a nivel interno del sector cárnico y también transversal al panorama alimentario, y el más importante de todos, la sostenibilidad.

¿Qué legado deja Joan Costa?

Como decía antes, parte de mi mandato también incluye ser continuista con el trabajo impulsado por Joan Costa, actual vicepresidente, quien ha ocupado mi puesto actual durante 6 años. Creo que durante todo ese tiempo ha hecho un trabajo muy bueno, enfocándose en la internacionalización y en las relaciones institucionales. Como presidente, es importante crear un espacio en el que se pueda debatir sobre lo que le importa a nuestras empresas. El Comité Ejecutivo toma decisiones colectivas, escuchando los intereses de todos los implicados, lo que hace de nuestra organización un órgano de representación muy importante. Pero, además, Fecic no solamente defiende los intereses del sector cárnico, sino que también es una gran herramienta para llegar a mercados externos. En esta nueva posición como presidente, junto a la Secretaría Técnica de Fecic, voy a trabajar para desarrollar todos los acuerdos que vayamos alcanzando.



Defender el modelo productivo, teniendo como pilares la seguridad y la calidad en un contexto incierto, es uno de los objetivos de la nueva presidencia.

¿Qué representa para usted ser presidente de FECIC?

Representa experiencia y futuro, además de un honor y un orgullo profesional.

Experiencia porque tras más de 50 años en el sector, es un auténtico placer representarlo y defender en primera línea sus intereses. Futuro porque me encanta la idea de potenciar su desarrollo sostenible, no solo de cara a su viabilidad en la actualidad sino también por las generaciones futuras. España me ha enseñado cómo los valores se traducen de generación en generación y esto es lo que me gustaría ofrecer a Fecic: un impacto positivo sectorial que se potencia en el tiempo. Llegué a la empresa porque me fichó el abuelo del actual presidente, seguí con su padre y continúo con el nieto, por lo que conozco bien el sector y creo que tengo la información necesaria para poder hacer un buen trabajo.

Recuerdo cuando vine por primera vez a una reunión de Fecic, tendría entre 25 y 30 años, en aquel momento, sentía admiración por todas aquellos profesionales y resulta que ahora yo ocupo el cargo de presidente, lo que me llena realmente de orgullo. Desde entonces, nunca he faltado a una reunión porque mi compromiso es absoluto.

Y si nos centramos en el sector cárnico, ¿cómo valora la situación actual?

Me gusta ser optimista. Sí, es cierto, es un momento difícil... ¿pero qué momento no lo es? Llevo 50 años en el sector cárnico, concretamente en el del jamón, y siempre ha habido problemas. La clave es seguir adelante y encontrar soluciones. Aquellos empresarios que sean pesimistas, que cierren sus negocios o se los replanteen.

En este sentido, en Fecic trabajamos para dar respuesta a las necesidades e inquietudes de nuestras empresas, que muchas veces tienen intereses contrapuestos ya que provienen de diferentes estamentos de la misma cadena productiva. Por ello, tenemos que ser resolutivos y escuchar a todo el mundo, encontrando un punto de entendimiento y siempre, siempre, tirar hacia adelante. Aunque cada empresa tiene sus estrategias, hay un marco común en todas las compañías en el que la Fecic centra su actuación y, por ello, trabajamos en proyectos como la reutilización de recursos hídricos o la viabilidad de la transición energética. Seas un matadero, un fabricante o un distribuidor, te interesa.

Pero volviendo a tu pregunta, si nos centramos en la situación actual, con el permiso de la incertidumbre de los mercados, creo que estamos en un panorama de recuperación económica. Sin embargo, hay que sumarle la nueva realidad geopolítica que afecta ¡y mucho! al sector alimentario –incluido el cárnico–. Los elevados costes de

producción y logísticos (transporte) derivados de los precios energético, la inflación en aumento y la escasez de materias primas (cereales) son elementos estructurales que afectan al desarrollo sostenible de la actividad. Además, el COVID-19 aceleró la digitalización, por lo que todo este contexto está apresurando todos los planes estratégicos para hacer sostenible (y viable) el Farm to Fork, que es el centro del Green Deal, un pacto que aboga por un sistema alimentario justo y respetuoso con el medio ambiente.

¿Qué oportunidades tienen las empresas cárnicas, tras la pandemia, para ser más competitivas?

Gracias a mi trabajo, tengo contacto directo con muchos profesionales de toda España, por lo que estoy muy al día de lo que están haciendo las empresas del sector. Si bien es verdad que hay un poco de todo, las oportunidades pasan por el desarrollo de nuevos productos y alcanzar nuevos mercados.

Como comentaba antes, al contexto post-pandémico se ha sumado el conflicto Ucrania-Rusia. En esta situación, una de las claves para ser más competitivos es la gestión de la energía. Es por eso, por ejemplo, que ya hace tiempo que las empresas del sector trabajan en planes para facilitar la transición energética basados en la generación propia de energía, especialmente en la instalación de placas solares. Veo una oportunidad en avanzar en materia de transición energética y esto incluye, también, la relación con la gestión sostenible de los recursos hídricos. No se trata de un gasto, es una inversión que dará mucho rendimiento a medio y largo plazo.

La presencia de nuestras empresas en mercados internacionales es muy fuerte, pero parece que la diversificación se nos resiste. ¿Hacia qué mercados, más allá de China, debemos enfocarnos?

La exportación es vital, por lo que cualquier destino es interesante. Pero si hablamos de crecimiento, desde el sector estamos apostando más por conquistar el “nuevo escenario cárnico” protagonizado por el auge de proteínas no cárnicas más que por la explotación de los mercados internacionales. Aunque no podemos negar que la zona del sudeste asiático y países como Japón o Corea hay que tenerlos muy en cuenta porque serán muy importantes en el futuro próximo.

Eso sí, repito, en un contexto geopolítico que no favorece las importaciones de materias primas ni las exportaciones debido al aumento del gasto energético del transporte, trazar planes en mercados internacionales es más complejo de lo habitual.

Como dice, es un momento complicado, con una inflación que no para de subir y con los precios de muchas materias primas disparados. ¿Qué tendencias van a primar en este nuevo escenario socio-económico?

Esta inflación afecta tanto a la producción como al consumo, como decía antes es uno de los retos del sector cárnico y económico en general. Ahora bien, es complejo realizar valoraciones. Respecto al aumento de precios, por ejemplo, es un aspecto articulado en el que intervienen diferentes factores: costes de producción y laborales, inflación, costes energéticos, acuerdos de distribución,



Solà ha desarrollado toda su carrera profesional en Espuña S.A.

etc. Así que es difícil establecer un escenario tan volátil o predecir cómo quedará dimensionada en el tiempo su evolución y la duración de la variación del precio.

Entonces, ¿cuáles cree que son los ejes del sector en estos momentos?

Sostenibilidad a nivel de viabilidad de negocio y producción e innovación para satisfacer la nueva tendencia de consumo de proteínas no cárnicas.

¿Es posible apostar por la sostenibilidad y por reformular los modelos de negocio cuando los precios están por las nubes?

Sí, y me atrevo a decir que más que una posibilidad, es la solución. Si entendemos la sostenibilidad como la definición básica ("La satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social"), sí se puede y tiene que ser viable. Pero es importante destacar algo: trabajamos en la industria alimentaria y garantizar la seguridad es esencial. Por supuesto que debemos reducir el uso del plástico, pero no a cambio de soluciones que generen nuevos problemas, ya sea de inocuidad, de vida útil o cualquier otra función. La sostenibilidad se tiene que entender de forma global, como una inversión de futuro y como una reformulación de nuestra forma de trabajar. En esta línea, España me ha demostrado la importancia de la sostenibilidad para poder, no solo heredar un negocio, sino potenciarlo todavía más de generación en generación.

Pero para que todo esto sea posible, el PERTE agroalimentario juega un papel fundamental y debe cambiar porque no es accesible para las empresas que más lo necesitan. Hay demasiada burocracia, requisitos casi imposibles y condiciones muy difíciles de cumplir para poder acceder a las ayudas. El objetivo era que el dinero llegara a todo el tejido empresarial, pero la realidad dista mucho de eso, por lo que desde Fecic estamos estableciendo vías de diálogo con los organismos correspondientes para reorientar estos objetivos.

Por otro lado, ¿cómo cree que está aplicando el sector las megatendencias como la digitalización, la automatización o la economía circular?

Creo que lo primero y más importante es potenciar la correcta formación profesional. Por eso, Fecic lleva años siendo líder gracias a la Fundación KREAS en temas de formación dual en la que se acerca lo mejor de la profesionalidad sectorial con todo el potencial y visión de las nuevas generaciones. Pero, más allá de esta acción de formación, desde el sector queremos potenciar todavía más el impacto de todo lo que has mencionado y subra-

yar que los Fondos Next Generation se idearon con el objetivo de impulsar la recuperación económica. Ahora bien, como pasa con el PERTE, teniendo en cuenta el panorama actual, sería bueno reorientar los objetivos para favorecer el desarrollo sostenible del sector cárnico. Más allá de impulsar la digitalización, que seguramente tendrá un impacto positivo, todos nos estamos adaptando al nuevo escenario y estos fondos deben tener impacto, por lo que los propósitos planteados tienen que modularse en consecuencia.

Y, por último, ante todo este panorama de incertidumbre, ¿qué papel juega Fecic en el mercado y cómo puede ayudar a las empresas?

Llevo más de 35 años siendo socio de Fecic y esto me ha enseñado que el mar no deja de ser mar tanto de marejada como en calma. Con esto quiero decir que el rol de Fecic mantiene su esencia y su flexibilidad hacia el entorno. Ahora, más que nunca, tiene claro el impacto positivo de su plan de acción estratégico para acompañar a las empresas en su desarrollo sostenible junto con la gestión de las relaciones institucionales adecuadas para promover los intereses del sector, que incluyen en primer término a la sociedad (y a los consumidores).

Las empresas tienen que estar al día, no deben recular ni escatimar en maquinaria. No es el momento de grandes inversiones porque los márgenes se han reducido mucho, por lo que se hace necesario ir priorizando según lo que va viniendo. No hay que dejar proyectos sin finalizar, ni frenar, pero más que nunca hay que ser optimista porque saldremos adelante. ■



Fecic busca la adaptación del sector cárnico a las nuevas tendencias del mercado y consumo.